

Cadeia de Valor em Evento Gastronômico - Festa Nacional do Doce de Pelotas/RS

Janaína Aquino¹, Alessandra Santos², Fabrício Barbosa³, Livia Wiesinieski⁴, Rodrigo Cabral⁵, Andréa Almeida⁶

¹ Acadêmica do Curso Superior de Tecnologia em Gastronomia (FACES/UniCEUB) – janainarodriguesaquino@gmail.com

² Docente e Pesquisadora do Curso Superior de Tecnologia em Gastronomia (FACES/UniCEUB), Mestre em Turismo e Hotelaria (UNIVALI), Especialista em Administração Rural (UCS), Graduada em Tecnologia em Fruticultura (UCS).

³ Docente do Eixo Tecnológico Turismo, Hospitalidade e Lazer do IFFarroupilha – Campus de São Borja. Doutorando em Engenharia de Produção e Sistemas (UNISINOS), Mestre em Turismo e Hotelaria (UNIVALI).

⁴ Pesquisadora, Mestre em Turismo (UnB), Especialista em Gestão de Negócios em Turismo (UnB), Graduada em Turismo (UFOP).

⁵ Docente do Curso Superior de Tecnologia em Gastronomia (FACES/UniCEUB), Master em Culiária Italiana – ICIF/Itália, Master em Comercio Internacional (Instituto GEMA/Itália), Especialista em Ensino Superior (CAAES/DF), Graduado em Relações Internacionais (IESB/DF).

⁶ Docente do Curso de Tecnologia em Gastronomia e Curso de Nutrição (FACES/UniCEUB). Mestre em Agronegócio (UnB), Especialista em Vigilância Sanitária e Controle de Qualidade (QUALITAS), Graduada em Nutrição (UCB).

Palavras Chave: Gastronomia, Evento, Desenvolvimento Local, Serviços, Cadeia de Valor, FENADOCE.

INTRODUÇÃO

O desenvolvimento da atividade turística tem sido considerado nas últimas décadas como uma alternativa para promover o desenvolvimento econômico e impulsionar o desenvolvimento regional em diversas partes do mundo (1). A produção assim como a distribuição de serviços relacionados com o turismo envolve uma grande experiência cultural tanto para o fornecedor como para o tomador do serviço (2). A oferta turística envolve o fornecimento de bens e serviços que facilitem a vida do turista quando o mesmo se encontra longe do seu habitat. Este deslocamento pode acontecer por diversos motivos tais como negócios, lazer, eventos dentre outros (3). Cabe salientar que muitos fatores contribuem para o crescimento da atividade, contudo descrevem que as contribuições mais perceptíveis nos últimos anos vem da realização de eventos e megaeventos.

Os eventos são importantes fomentadores do turismo, isso justifica sua constante utilização como ferramenta estratégica no planejamento de promoção de muitos destinos. Estas ações impactam diretamente na competitividade do destino (4). O crescente número de eventos planejados é um fenômeno global (5;6).

O turismo de eventos pode ser entendido como um tipo de atividade onde o gerador de receitas, assim como do fluxo de turistas resulta na realização de um evento (7). Para a total implementação desta atividade existe a necessidade de um conhecimento prévio acerca da realidade econômica, cultural e ambiental voltados para uma realidade sistêmica e de oportunidades (8).

Este trabalho de caráter qualitativo, descritivo, tem como objetivo apresentar FENADOCE – Festa Nacional do Doce de Pelotas/RS. Para tanto foi utilizado como método de pesquisa a realização de um estudo de caso, estruturado. O resultado da pesquisa ratifica a relevância dos impactos culturais, sociais e econômicos na cidade de Pelotas impulsionados pela realização do evento.

MATERIAIS E MÉTODOS

Para que fosse analisada a cadeia de valor da Festa Nacional do Doce optou-se pelo recorte da pesquisa qualitativa. A pesquisa qualitativa seria um conceito “guarda-chuva” capaz de abranger vários tipos de pesquisa, ao mesmo tempo em que facilita e explica o fenômeno social com o menor distanciamento possível do ambiente natural (9). Neste tipo de abordagem a pesquisa procura a obtenção de informações sob o ponto de vista dos indivíduos buscando uma associação com o ambiente. A pesquisa qualitativa em geral é menos estruturada e é focada na interpretação subjetiva dos autores, assim como na compreensão dos processos que direcionam aos resultados (10).

Com relação ao tipo de pesquisa, classifica-se este trabalho como descritivo. Os estudos descritivos em geral fazem uso de vários aspectos e envolvem coleta de informações de forma diferenciada para cada um deles para que então a pesquisa seja descrita (11). Esse tipo de estudos descritivos evidenciam características de alguma

população ou fenômeno em geral não ficam limitados a um único método em sua coleta de dados (12).

O método de pesquisa utilizado foi o estudo de caso que é considerado “[...] um estudo de natureza empírica que investiga um determinado fenômeno, geralmente contemporâneo, dentro de um contexto real de vida, quando as fronteiras entre o fenômeno e o contexto não estão bem definidos” (12). O estudo de caso é considerado como um histórico do fenômeno observado a partir de muitas fontes de evidências, onde qualquer acontecimento que tenha relação relevante aos fatos que descrevem o fenômeno é considerado um importante dado para análise (10).

A coleta de dados para esta pesquisa foi realizada por meio de uma visita *in loco* ao Centro de Eventos de Pelotas, onde foi realizada uma entrevista com a gerente geral do estabelecimento. O protocolo de pesquisa que norteou a entrevista foi um questionário semiestruturado. Este protocolo de pesquisa foi elaborado a partir da utilização dos constructos atividades primárias e atividades de apoio do evento (13). A coleta de dados foi complementada fazendo uso do recurso da pesquisa bibliográfica. Informações complementares foram obtidas a partir de pesquisas no *website* do evento.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

A Feira Nacional do Doce de Pelotas é um evento realizado anualmente pela CDL (Câmara de Dirigentes Lojistas) na cidade de Pelotas, Estado do Rio Grande do Sul, que tem como objetivo promover a cultura doceira da cidade, herança das diversas etnias presentes naquela região, em especial da portuguesa (14). O evento realizará a sua 23ª edição no ano de 2015, tendo recebido, em sua última edição, realizada em 2014, um público de aproximadamente 285.000 mil visitantes, o que resultou na venda de aproximadamente na venda de 2.165.000 (dois milhões cento e sessenta e cinco mil) doces durante todos os dias de realização do evento (14). A cidade de Pelotas encontra-se localizada na região turística da Costa Doce, no sul do Estado do Rio Grande do Sul, a 250 km da capital Porto Alegre (15). Com aproximadamente 323.000 habitantes, o município possui a base de sua economia voltada para a agricultura, com destaque para a produção de pêssegos e aspargos; na pecuária, o principal produto é o leite. O setor de serviços completa os pilares econômicos do município (15).

A Câmara de Dirigentes Lojistas (CDL) de Pelotas assumiu a responsabilidade de organizar e realizar a FENADOCE quando o evento se encontrava em sua quinta edição tendo pouca representatividade para o público regional. A partir da parceria entre a CDL realiza o evento recebendo o apoio institucional da Prefeitura Municipal de Pelotas e da ECOSUL tornou-se notável a promoção do evento e a sensibilização não apenas dos locais, mas também regionais.

De acordo com a entrevista realizada com a jornalista e gerente do Centro de Eventos, o local onde era realizada a festividade antigamente abrigava uma fábrica de conservas, e posteriormente, foi vendido para um grande grupo comercial que manteve a locação para a CDL realizar a feira.

A respeito da funcionalidade do espaço para realização do evento, a entrevistada afirmou que a atual estrutura atende as necessidades da feira tendo capacidade para atender 350 expositores e uma equipe

gestora (CDL) que acompanha as necessidades de melhorias na estrutura.

A receita para a realização da feira é correspondente aos valores pagos pelos expositores e dos patrocinadores. A FENADOCE não possui nenhum tipo de problemas governamentais e conta com uma assessoria jurídica atuante da própria CDL.

A organização do evento concentra serviços integrados e subdivide em: Área de expositores gerais, destinada à exposição de empresários ligados ao comércio e ao setor de serviços (setores de moda, Casa e decoração, artesanato e Instituições de Ensino Superior); Áreas de patrocinadores; e a Cidade do doce onde é simulada uma fábrica de doces com aproximadamente 35 doceiras da comunidade.

Com relação aos recursos humanos que atuam no evento, a CDL possui 19 colaboradores fixos responsáveis por algumas áreas específicas, tais como: manutenção, recepção, departamento comercial, marketing e setor de orçamentos. Os setores financeiro, contábil e jurídico também estão ligados diretamente ao CDL. Segundo a entrevistada aproximadamente 10 empresas são contratadas para que as demandas do evento possam ser atendidas.

Para a entrevistada o planejamento é a chave do sucesso da Festa, porque assim que se encerra o evento automaticamente se inicia o planejamento do próximo. A equipe gestora do evento não vislumbra lucro com a realização do evento, aliás, toda a receita arrecadada é reinvestida em melhorias na própria feira. O planejamento do evento é iniciado com uma previsão orçamentária de quanto será investido em cada edição.

No mês de outubro é realizado mapeamento com base na planta que será disponibilizada para comercialização junto aos expositores. Para estes foi criado um manual com todas as regras a serem seguidas tanto nas fases de pré-evento, transevento e pós-evento.

A FENADOCE concentra uma grande quantidade de serviços integrados que funcionam dentro do Centro de Exposições durante a realização do evento. Os espaços ficam divididos da seguinte forma: Área de expositores gerais, destinada à exposição de empresários ligados ao comércio e ao setor de serviços (setores de moda, Casa e decoração, artesanato e Instituições de Ensino Superior); Áreas de patrocinadores, e o terceiro espaço chamado de cidade do doce. Este espaço simula uma fábrica de doces e conta com a participação de aproximadamente 35 doceiras da comunidade.

Ações de comunicação e marketing da Festa Nacional do Doce estão concentradas na utilização de veículos de comunicação tradicionais como jornais, revistas, *bus door*, outdoor e, em especial, nas redes sociais.

CONSIDERAÇÕES

Os primeiros estudos acerca da cadeia de valor realizados propunham uma mudança na cadeia de valor (16; 13), com o objetivo maior de garantir vantagens estratégicas ao tocante da prestação de serviços. Segundo os autores o atual modelo se adequava mais às empresas tradicionais de manufatura e não a empresas prestadoras de serviços (17). A partir destas alterações o novo modelo da cadeia de valor adotado por diversas empresas prestadoras de serviços e atualmente adapta-se no modelo utilizado para realização de eventos.

O evento é o resultado de uma rede coordenada de relações, de negócio para negócio, resultante da soma de uma gama de empresas do setor de serviços. Neste âmbito há a construção de uma rede de relacionamentos entre as empresas e indivíduos participantes, para produzir um produto sinérgico que nenhuma organização produziria sozinha (18).

Neste sentido, a FENADOCE executa um planejamento logístico enxuto e estruturado o que permite que a cadeia de valor do evento atenda as necessidades propostas no projeto inicial. A curva crescente de megaeventos em destinações turísticas ou não amadurece as pesquisas acerca da cadeia de valor em serviços em especial de eventos, onde a experiência do serviço permite que se entregue ao cliente serviço e manufatura em um único produto.

A pesquisa mostrou a predominância da terceirização tanto de prestadores de serviços como de recursos humanos. Esta característica é justificada pelo fato da organização do evento não realizar outros eventos do mesmo porte o que justificaria a contratação permanente de profissionais das mais diversas áreas.

Os processos atrelados à parte de tecnologia de informação do evento ainda necessitam ser aprimorados. Contudo, neste quesito a FENADOCE se encontra mais bem estruturada do que outras festas do mesmo porte. Com relação às ações de comunicação em marketing do evento a pesquisa identificou a predominância da utilização de recursos ligados à tecnologia, em especial das redes sociais. Todos os processos planejados pela diretoria são

implementados por uma empresa de propaganda e publicidade terceirizada.

Outra característica identificada na pesquisa foi a valorização dos shows como principais atrativos do evento. Este fator é uma realidade não apenas da FENADOCE, mas também de outros eventos do mesmo porte realizados no estado. Esta característica reforça as características dos serviços como perecibilidade e simultaneidade. E, por fim, a pesquisa ratificou a importância econômica do evento para a cidade de Pelotas. Seja pelo volume de negócios que o evento movimentava anualmente, ou pela quantidade de empregos diretos e indiretos gerados durante as fases de planejamento e realização, assim como pelo número de turistas que traz a Pelotas todos os anos.

O estudo de da cadeia de valor de megaeventos ainda não é um tema bastante explorado pela comunidade acadêmica. Desta forma, sugere-se que sejam realizadas outras pesquisas utilizando-se outras cadeias de valor de eventos de maior ou do mesmo porte. Salienta-se que os eventos, por possuírem uma dinâmica diferenciada das demais prestações de serviço, muitas vezes necessitam que seus processos sejam adequados de modo a atenderem aos seus objetivos. Estas adequações na cadeia de valor, assim como nos projetos iniciais, também podem transformar-se em novas pesquisas acerca desta temática.

REFERÊNCIAS

1. JACKSON, J. Developing regional tourism in China: The potential for activating 8g business clusters in a socialist market economy. **Tourism Management**, 27(4), 2006. Pp. 695-706.
2. WEIERMAIR, K. "Tourists' perceptions towards and satisfaction with service quality in the cross-cultural service encounter: implications for hospitality and tourism management". **Managing Service Quality: An International Journal**, Vol. 10. 2000, 6 pp. 397 - 409
3. MURPHY, Peter; ZHANG, Yan. Supply-chain considerations in marketing underdeveloped regional destinations: A case study of Chinese tourism to the Goldfields region of Victoria. **Tourism Management**, 30. 2009. Pg. 278-287
4. GETZ, D. 'Event Tourism: Definition, Evolution, and Research', **Tourism Management**, 2008, 29, 403-28.
5. GOLDBLATT, J. "A future for event management: the analysis of major trends impacting the emerging profession". **Proceedings of Conference on Event Evaluation, Research and Education**, the Australian Centre for Event Management, Sydney, 2000.
6. WEBER, K. and LADKIN, A. "The convention industry in Australia and the United Kingdom: key issues and competitive forces", **Journal of Travel Research**, Vol. 42 No. 2, 2003. pp. 125-132.
7. SHONE, A. and Parry, B. **Successful Event Management: A Practical Handbook**, Thompson, Washington, DC, 2004
8. CARRIZO, A.; VIEIRA, A. Turismo de eventos: desafios estratégicos de la ciudad de João Pessoa (Brasil). **Cuadernos de Turismo**, (23): 31-4. 2009.
9. MERRIAM, S. B. **Qualitative Research and case study applications in education**. San Francisco: Allyn and Bacon, 1998.
10. CAUCHICK MIGUEL, P. A. Estudo de caso na engenharia de produção: estruturação e recomendações para sua condução. **Revista Produção**, 2007.
11. SAMPIERI, R. H.; COLLADO, C. H.; LUCIO, P. B. **Metodologia da pesquisa**. São Paulo: McGraw-Hill, 2006.
12. YIN, R. K. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2005.
13. PORTER, M. E. **Vantagem Competitiva: criando e sustentando um desempenho superior**. 28. ed. Rio de Janeiro: Campus, 1999.
14. FENADOCE. Disponível em: <http://www.fenadoce.com.br/texto/menu-novo-site--fenadoce--historia>. Acesso: 23/04/2014.
15. PREFEITURA DE PELOTAS. Disponível em: <http://www.pelotas.rs.gov.br/cidade/localizacao.php>. Acesso em: 30 mar. 2015.
16. ARMISTEAD, C. G. & CLARK, G. "Resource activity mapping: the value chain in service operations strategy". **The Service Industries Journal** 13, 1993. p. 221-239.
17. BARBOSA, F. S. **O Processo Logístico de Eventos: um estudo de caso da Oktoberfest de Blumenau/SC**. Dissertação (Mestrado em Turismo e Hotelaria). Universidade do Vale do Itajaí, Balneário Camboriú, 2010.
18. ANDRADE, R.B. **Manual de eventos**. Caxias do Sul, RS: EDUCS, 1999.